

Défis en matière de développement, Les solutions Sud-Sud

Bulletin d'information électronique de l'unité spéciale pour la coopération Sud-Sud au sein du PNUD

UNDP

Partage gratuit des connaissances en ligne

La déclaration de Kronberg de UNESCO sur l'avenir de l'Acquisition et du partage des connaissances est nette : l'acquisition du savoi passera de plus en plus par la technologie et les méthodes éducatives traditionnelles seront totalement transformées. L'acquisition d connaissances factuelles va diminuer et les gens devront pouvoir frayer leur chemin dans des systèmes complexes et être capables de juger, organiser et utiliser de manière originale les renseignements pertinents.

Selon Abdul Waheed Khan, Directeur général adjoint de l'UNESCO aux communications et à l'information « l'absence d'accès aux connaissances accentue progressivement la marginalisation et le dénuement économique et nous devons nous unir pour réduire ces fractures».

De plus en plus d'initiatives visent à renverser les obstacles entravant les échanges d'informations et de savoir et à contourner ceux qu cherchent à en empêcher la diffusion. L'avènement de Web 2.0 et de ressources apportées par les utilisateurs rendent cela possible.

Connexions s'est fixé comme mission de collaborer au projet On Laptop per Child (un ordinateur par enfant) qui distribue de ordinateurs gratuits ou bon marché à des écoliers de pays en développement. Connexions est un site Web 2.0 qui permet au enseignants et aux éducateurs de télécharger leurs documents d'acquisition du savoir par matière en vue de les partager avec tous ceux qui les veulent. Le contenu est divisé en modules pour en facilite l'accès. Les divers contenus peuvent être mêlés pour construire de cours et adaptés aux conditions locales. Tous les domaines son représentés, des mathématiques à l'ingénierie en passant par des leçons de musique.

Le charme du contenu réside dans son adaptabilité. – les utilisateurs peuvent ajouter d'autres médias comme des vidéos et des photos et modifier ou encore ajouter des études de cas sur place pour rendre l matière vivante pour les élèves. La capacité de réorganiser et de remettre en contexte en fonction des circonstances locales est primordiale pour permettre l'adoption de ces ressources.

Open Educational Ressources est un site mondial d'enseignement et d'acquisition de connaissances. L'objectif est d'inciter les enseignants à s'ouvrir et à partager leurs connaissances avec d'autre enseignants. Il contient des cours entiers, des modules de cours, des programmes de cours, des conférences, des devoirs, des interrogations écrites, des travaux pratiques et des activités de cours, du matériel pédagogique, des jeux et des simulations. Il est géré par ISKME, groupe de réflexion éducatif indépendant, sans but lucratif don la mission est de comprendre et d'améliorer la manière dont les écoles, les établissements d'enseignement supérieur et universités ainsi qu les organismes et les agences qui les soutiennent établissent leu capacité de rassembler et de partager systématiquement l'information.

Lulu, outil de publication en ligne constitue également un excellent moyen de partager l'information. Alors qu'il est gratuit pour ceux qui publient, que ce soit un livre, un recueil de photos, une brochure, une œuvre artistique, des supports numériques, un DVD ou un livr électronique, la personne qui veut télécharger ou commander u exemplaire imprimé et relié doit payer. Le créateur du contenu fixe l prix et décide de la compensation. L'agrément de ce site est l capacité pour tous de publier et de contourner les limites de la publication traditionnelle.

Une fois que vos avez créé le contenu et pris la décision de le partager avec le reste du monde, vous pouvez le protéger par des droit d'auteur et être le seul à en tirer des bénéfices. Il est destiné au écrivains, scientifiques, artistes et enseignants et leur permet d protéger gratuitement leurs œuvres. La Creative Commons initiative permet un usage répété gratuit du contenu à condition que l'utilisateu attribue sa source à l'auteur original. Un logo sera attribué à tout contenu publié en ligne indiquant clairement les droits dont il dispose.

LIENS:

- Le Professeur Richard Baranuk explique cette notion dans une vidéo. Cliquez ici pour le voir.
- Le Creative Commons fournit des outils gratuits qui permettent aux écrivains, aux scientifiques, aux artistes et aux enseignants de définir facilement les droits qu'ils accordent aux gens qui utilisent leurs œuvres. Le site comporte les outils (y compris les logos) qui leur permettent de licencier leur travail : www.creativecommons.org

Dans ce numéro:

- Partage gratuit des connaissances en ligne
- Les modèles de franchisage social prouvent que les pauvres peuvent être sources de bénéfices
- Trésors et pauvreté
- Le pouvoir des mots : blogging africain et livres

Liens présentés:

- Babajob.com
- Equator Initiative
- Kiva.org
- SSC Website

Passer à une section:

- Fenêtre sur le monde
- Emplois
- Sauter à une partie

- Déclaration de Kronberg : Kronberg Declaration.pdf

Les modèles de franchisage social prouvent que les pauvres peuvent être sources de bénéfices

Les quatre milliards de personnes dans le monde qui vivent avec moins de 2 USD par jour forment ce que certains appellent le bas de la pyramide ou BOP en abrégé. Dans son livre, the Fortune at the Bottom of the Pyramid [la Fortune à la base de la Pyramide], l'expert-conseil en administration des affaires et professeur d'université indien CK Prahalad préconise de totalement inverser le mode de pensée actuel : là ou la plupart voient les pauvres du monde comme un fardeau et pensent que ceux-ci ne peuvent faire l'objet que de charité, Pralahad ne voit qu'opportunité et besoins non satisfaits auxquels les entreprises peuvent répondre. Il affirme en un mot que l'on peut faire des bénéfices en éliminant la pauvreté.

Pralahad a été jusqu'à proclamer que le potentiel de ce marché est de 13 billions d'USD tandis que l'Institut des Ressources mondiales le chiffre à 5 billions d'USD dans son plus récent rapport, the Next 4 Billion [les quatre milliards suivants].

L'un des outils vers lequel se tournent les entreprises pour atteindre les pauvres du monde s'appelle la franchise sociale. Le concept s'inspire du monde des affaires et des modèles de franchise très fructueux que l'on associe plus couramment à la restauration rapide et aux commerces de détail d'ordinateurs et de vêtements existant partout où il faut expansion rapide et échelle pour pénétrer le plus vaste marché possible. Les partisans de la franchise sociale proclament qu'il n'y a pas de plus grand marché que les quatre milliards que compte la population la plus pauvre du monde.

Dans le passé, la plupart des entreprises du secteur officiel des pays en développement ciblaient la petite classe moyenne ou l'élite sociale en nombre encore plus restreint ou les communautés d'expatriés étrangers. Les stratégies traditionnelles d'éradication de la pauvreté ont aussi fait l'objet de critiques portant sur leur étroitesse, le nombre limité de personnes visées ainsi que sur le temps et les ressources gaspillés à reproduire ce qui a déjà été réalisé ailleurs ainsi que sur leurs variations de taille selon les subventions obtenues ou le succès de leurs campagnes de collectes de fonds. Le franchisage social a pour but d'éviter ces faiblesses en trouvant des modèles qui donnent des résultats et s'autofinancent puis changent rapidement d'échelle pour atteindre autant de personnes que possible. C'est un modèle qui fait des adeptes et intéresse sérieusement les grandes et petites entreprises.

La Scojo Foundation établie en Inde pour s'attaquer au problème de vision floue chez les personnes avançant en âge (presbytie) en constitue un exemple. Les premiers symptômes de ce défaut, qui n'est pas une maladie, apparaissent entre l'âge de 40 à 50 ans. 124 millions de personnes dans le monde souffrent de vision insuffisante selon les organisateurs de la journée mondiale de la vue du 11 octobre 2007, Campagne vision 20/20 de l'Organisation mondiale de la santé.

Une vision floue constitue une incapacité importante pour les tisseurs, les mécaniciens, les orfèvres et tous ceux dont le mode de subsistance dépend d'une acuité visuelle rapprochée. Ces gens deviennent incapables de gagner leur vie et celle de leur famille à mesure que décroît leur acuité visuelle. Cependant, il suffit d'une paire de lunettes pour y remédier.

La Scojo Foundation (aile de franchisage social du fabricant de lunettes new yorkais Scojo) a lancé depuis 2002 des activités de vente au Bengladesh, au Mexique, au Guatemala, à El Salvador et au Ghana. Le centre d'activité qui connaît l'expansion la plus spectaculaire et la plus rapide est celui d'Inde où il emploie plus de 560 entrepreneurs dans des villages ruraux qui ont vendu plus de 50 000 paires de lunettes depuis 2001.

Elle a connu une croissance rapide car le modèle d'entreprise a été reproduit par les employés locaux qui travaillent comme franchisés. Elle a suivi le modèle de franchise en instaurant un réseau « d'entrepreneurs de la vision », des hommes et des femmes de faibles revenus qui, à leur tour, vendent des lunettes de lecture directement aux villageois dans toute l'Inde. Le modèle de franchise permet aux « entrepreneurs de la vision » de bien gagner leur vie et, en conséquence, le respect des autres membres de la communauté.

Nico Clemminck, co-auteur d'une étude de cas sur Scojo a trouvé le prix très compétitif par rapport à d'autres options en Inde et constaté que la meilleure qualité des verres rendait les lunettes très attrayantes pour les villageois.

« Les franchisés ou Entrepreneurs de la Vision comme Scojo les appelle, que nous avons rencontrés s'investissent beaucoup pour Scojo, certains abandonnant certaines de leurs occupations antérieures pour passer la plus grande partie de leur temps à dépister des troubles de la vue et à vendre des lunettes. La principale raison en est que ce commerce est très profitable pour eux : ils réalisent en effet 1 USD de bénéfice par paire de lunettes vendue, ce qui est beaucoup en comparaison avec les autres produits vendus au détail. Nous avons néanmoins remarqué une tendance : l'engagement décroît au fil du temps une fois que les entrepreneurs ont épuisé leur cercle immédiat de famille ou la population du village ciblée et que le supplément de ventes devient plus difficile. »

Selon Clemminck, Scojo a réussi à s'étendre rapidement à d'autres pays en instaurant des partenariats avec des réseaux existants qui pénètrent les villages.

La hiérarchie des bénéfices fonctionne ainsi : le fabricant fait payer 1 USD les lunettes de lecture, Scojo demande un autre dollar et le franchisé encore 1 USD et le client paie les lunettes 3 USD. En prévoyant du bénéfice à chaque étape, le modèle comporte les incitations financières nécessaires pour préserver l'activité du réseau.

Tout le monde croyait avant Scojo, que le coût d'établissement d'une infrastructure dans des communautés rurales indiennes était trop élevé pour assurer la survie du modèle de franchise pour des produits de faible coût. Scojo a découvert qu'il était possible de réussir avec ce modèle en mettant l'accent dès le départ sur la rentabilité et la viabilité, en recherchant une croissance importante par le biais de partenariats afin de réaliser des économies d'échelle, en neutralisant la concurrence par l'avantage d'une marque forte et par celui d'occuper la place le premier, en adaptant constamment le modèle aux régions et en apportant un avantage social tangible à la fois sur le plan économique et sur celui de la santé.

Les franchisés travaillent en moyenne 20 à 30 heures par mois et gagnent de 15 à 20 USD par mois. Si l'on considère que les franchisés vivaient auparavant avec 1 USD par jour, le revenu supplémentaire est très apprécié, dit Clemminck.

« Ce projet m'a fait prendre conscience de la vaste opportunité non exploitée de marché qui existe », souligne le co-auteur de l'étude de cas Sachin Kadakia, « et comment le concept de Bas de la pyramide fournit une amélioration tangible et significative de la qualité de vie des personnes appartenant à ces communautés ».

Une autre franchise sociale, Medicine Shoppe, se propage en Inde. En tant que chaîne de pharmacies, Medicine Shoppe cible les communautés mal servies en offrant des franchises d'entrepreneur. Il s'agit d'une ramification du plus grand franchiseur de pharmacies indépendantes de communautés aux États-Unis, Medicine Shoppe international, Inc. Elle peut compter sur la puissance de la marque et sur son identité pour attirer des franchises potentielles.

Nadaa Tylyab d'Acumen Fund qui travaille avec l'expansion de Medicine Shoppe pour aider les pauvres ruraux et urbains a trouvé qu'il était important de tirer des enseignements et d'adapter le modèle.

« Lorsque je suis arrivée en décembre (2006), dit-elle, « nous avons ouvert la première clinique à Sehat. Nous avons ouvert la septième le week-end dernier, une huitième devant ouvrir sous peu. Le modèle a énormément évolué au cours des six derniers mois. Nous avons modifié notre stratégie de sélection de site de nos cliniques en les déplaçant d'emplacements relativement aisés situés à proximité d'un bidonville, à l'intérieur de bidonvilles. Nous avons corrigé le processus de recrutement de docteurs et créé des conditions d'emploi qui nous permettent de recruter des docteurs à un salaire abordable pour nous.

« Nous avons aussi mis en œuvre un concept entièrement nouveau concernant le Medicine Shoppe appelé diffusion du marketing dans la communauté. Nous recrutons pour ce programme des femmes dans chaque quartier pour faire des visites à domicile, diriger les patients vers la clinique, diffuser l'éducation sanitaire et sensibiliser ainsi que pour promouvoir nos camps sanitaires et cliniques gratuits. Au cours des quatre mois écoulés, nous avons tenu plus de 35 camps de santé et d'examens visuels, servant ce faisant, plus de 4000 personnes.

« Nous avons également modifié l'aspect et l'atmosphère de nos cliniques et de nos magasins et traduit tous nos documents de marketing dans la langue locale afin de rendre nos services plus attrayants pour les marchés à faibles revenus.»

L'approche BOP fait toutefois l'objet de critiques. Aneel Karnani de la Ross School of Business [école de commerce] de l'Université du Michigan affirme, en se plaçant d'un point de vue de but lucratif, que les entreprises réussiraient beaucoup mieux en ciblant les besoins de la classe moyenne croissante, particulièrement dans des pays comme l'Inde et la Chine. Il reconnaît cependant que les entreprises de franchise sociale comme celles citées ci-dessus, où la responsabilité sociale est essentielle, ont leur place pour satisfaire les besoins des pauvres.

LIENS:

- Une étude de cas détaillée et approfondie dont la manière dont fonctionne la Scojo Foundation se trouve ici.
- Excellent ensemble de matrices de décision destinées à aider les entrepreneurs en herbe à décider si la franchise sociale est la bonne solution : www.createproject.org
- La Social Enterprise Alliance a établi un réseau de connaissances et établi un large éventail de ressources (dont 160 études de cas) sur l'entreprise sociale.

Trésors et pauvreté

La nourriture, comme la musique, a le pouvoir de se faire fi des obstacles culturels et régionaux et d'unir les gens dans le pur plaisir du repas. Exploiter la richesse de la tradition culinaire constitue aussi un excellent moyen de gagner de l'argent. La promotion de recettes et de denrées alimentaires régionales présente aussi d'autres avantages : à mesure que l'obésité mondiale (la globésité comme l'appelle l'OMS) atteint des proportions épidémiques dans les zones urbaines de villes des pays en développement, tout ce qui éloigne les personnes des aliments prêts-à-manger et de ceux qui ont un contenu de graisse élevé est une bonne chose. Les docteurs se sont aperçus que la cuisine maison aide les gens à rester minces et est meilleure pour eux.

La tendance dans les pays en développement de prendre ses repas en dehors de la maison est un autre facteur contribuant à la crise de l'obésité en progression. Alors que la cuisine maison permet de contrôler les ingrédients et la taille des portions, manger à l'extérieur signifie généralement plus d'aliments hautement énergétiques et gras. La crise mondiale de l'obésité menace de faire reculer de nombreux gains essentiels découlant du développement. La consommation d'aliments vides et prêts-à-consommer augmente à mesure que les communautés prospèrent.

Le groupe de travail international sur l'obésité a constaté qu'environ 1,7 milliard de personnes dans le monde ont besoin de perdre du poids. Il y a maintenant plus de gens dans le monde qui présentent un excès de poids que de gens qui ont faim. Neville Rigby, directeur de politique du groupe de travail a déclaré à Associate Press « il est clair que le monde en développement en particulier, va subir les graves conséquences de ce gain de poids. Il s'accélère rapidement. Nous voyons même de l'obésité chez les adolescents en Inde maintenant. Le phénomène est universel. Cela est devenu une épidémie mondiale pour ne pas dire une pandémie ».

Selon le Dr. Susan Jebb Directrice du conseil sur la recherche médicale, au centre de la nutrition humaine de l'université de Cambridge, « revenir un peu à la cuisine familiale serait un bon début » à la lutte contre la crise de l'obésité.

Une prise de conscience croissante des recettes traditionnelles et locales peut constituer une source de revenus de plusieurs façons. Des industries entières peuvent jaillir d'une modeste recette, de la publication de livres de cuisine à l'inspiration de menus de restaurant et de vendeurs de nourriture au déclenchement de gammes de produits de supermarché. Le secteur des supermarchés connaît une croissance rapide en Afrique. Les dirigeants de la chaîne de supermarchés Shoprite d'Afrique du Sud ont récemment annoncé un doublement de leurs supermarchés en Ouganda et appelé les supermarchés l'un des secteurs jouissant de la croissance la plus rapide en Afrique de l'Est. La chaîne de supermarchés britannique Sainsbury a déjà commencé à envoyer des ambassadeurs du libre échange en Afrique à la recherche de nouveaux produits du continent pour garnir ses rayons.

Le temps est donc venu pour les entrepreneurs de cibler le marché alimentaire africain et de le mettre sur la sellette. Un ambitieux projet consistant à archiver numériquement le vaste trésor souvent difficile à trouver. de livres de cuisine africains saisit cette opportunité. L'African Cookbook Project [Projet de livre de cuisine africain], cherche à rassembler en un lieu unique tous les livres de cuisine passés et présents, créant effectivement la source la plus large de recettes africaines.

LIENS:

- Africooks : Documentation culinaire de Jessica B. Harris : cet auteur établi de livres de cuisine africaine constitue un excellent modèle pour les auteurs de livres de cuisine en herbe : www.africooks.com
- Histoire de la réussite d'un restaurant sénégalais aux États-Unis: NYTimes article
- BetumiBlog and Betumi.com (www.betumi.com): Betumi est le réseau culinaire africain et il « met en rapport tous ceux que délectent la cuisine, les habitudes alimentaires et l'histoire de la nourriture africaines. ». Voir les photos.
- Longue liste de livres africains disponibles à la vente : here
- Africa's Big Seven: c'est la principale manifestation, tenue chaque année, qui rassemble les détaillants et les producteurs et c'est le lieu parfait pour apporter un nouveau produit que l'on cherche à lancer.

Le pouvoir des mots : blogging africain et livres

« La culture n'est pas un luxe…La culture est le soutien spirituel de la société » : c'est avec ces mots que Jan Kees van de Werk, le poète hollandais et défenseur de longue date de la littérature africaine a résumé l'importance de la culture pour le développement de l'Afrique. Deux tendances pourraient modifier de manière significative les perspectives des écrivains africains en 2007 : la nouvelle vague de bloggeurs et de sites Internet africains qui sont en train d'apparaître et la notoriété croissante de la littérature africaine. L'écriture plus traditionnelle est rejointe en 2007 par un accroissement subit du blogging africain. À mesure de l'accroissement de l'accès à l'Internet et de la notoriété de sites de blogging gratuits comme Wordpress, les Africains se précipitent en ligne pour s'exprimer (voir aussi Défis du développement, numéro de mars).

La littérature africaine étend son audience en remportant des prix littéraires de haute réputation De l'écrivain chevronné nigérian et porte-parole de l'UNFPA Chinua Achebe à qui a été attribué cette année le Man Booker International Prize aux auteurs à succès de langue française comme l'Ivoirien Ahmadou Kourouma (Allah n'est pas obligé) et Albert Memmi, lauréat du grand prix de l'Académie française de la francophonie. Ils sont rejoints par beaucoup d'autres de renommée internationale, dont l'Ougandaise Monica Arac de Nyeko, lauréate du prestigieux prix Caines pour l'écriture africaine, Chris Abani (Graceland) du Nigéria, la Camerounaise Calixthe Bayala (les Honneurs perdus), l'écrivain congolais Daiel Blyaoula (Alley Without Exit) et Carl de Souza de Maurice. Le Salon International du Livre et de la Presse de Genève a établi le prix Ahmadou Kourouma et le nouveau Book Show for African Literature , Press and Culture [Salon de la littérature, de la Presse et de la Culture africaines] est prévu pour 2008.

Les industries de la création acquièrent de plus en plus de respect en tant qu'élément clé d'une économie active. De nombreux gouvernements s'inclinent devant le pouvoir d'un écrivain ou d'un musicien à succès de faire connaître un pays et de susciter de l'intérêt pour celui-ci. Ils apprennent aussi à respecter la richesse qui peut être générée. Par exemple, en Grande Bretagne, les industries de la création rapportent presqu'autant que le puissant secteur financier (Work Foundation). La Société financière internationale (l'International Finance Corporation), institution du groupe de la Banque mondiale chargée des transactions avec le secteur privé, a particularisé le secteur de la création africain pour son futur investissement.

Le Bloggeur Titilayo Soremi d'Abuja (Nigeria) est le représentant type de la nouvelle vague. Agent de promotion commerciale d'une ONG, son blog est une représentation vivante de la vie dans son pays.

Obed Sarpong à Accra (Ghana) poète en herbe, ne craint pas les questions épineuses, il s'attaque à la politique et parle de l'approvisionnement électrique intermittent. Le banquier kenyan réservé dénommé Bankelele fait grand cas, `en croire son blog, des idées nouvelles. Le contenu est un mélange de tuyaux financiers et d'opportunités d'investissements financiers dans la région, le tout mêlé à de franches pensées sur la politique. Il a aussi fait un effort supplémentaire et acquis des sponsors pour son blog (il a mis à profit son expérience bancaire).

L'ère de l'Internet a aussi donné naissance à un nouveau phénomène, la dite « longue traîne », parfaitement expliqué par Kelvin Smith dans son article « African Publishers and Writers in British and International Markets » [Les éditeurs et écrivains africains sur les marchés britanniques et internationaux] : « Ce qu'il en ressort est que plus de la moitié du revenu d'Amazone se trouve dans les deux millions de livres qui se trouvent au bas de la liste.

« Donc le principe de la longue traîne est le suivant : nous voilà face à une technologie qui peut servir les besoins, pas de douzaines de marchés de millions, mais de millions de marchés de douzaines. Cela a la plus grande importance pour le petit éditeur, que celui-ci se trouve dans un pays ou l'édition se fait à grande échelle ou un pays où il s'agit d'une activité à petite échelle ».

Il semble que la création ne soit pas seulement amusante mais qu'elle puisse représenter la prochaine mine d'or pour les entrepreneurs africains.

LIENS:

- Kwani est un journal vivant consacré aux jeunes et nouveaux écrivains. Ils organisent aussi régulièrement des lectures et des manifestations à Nairobi.
- Compte-rendu de livres africains: une excellente introduction aux nouveaux écrits provenant d'Afrique.
- Réseau d'éditeurs africains : : Renforcement de la publication indigène en Afrique.
- les cent meilleurs livres d'Afrique, liste lancée à Accra (Ghana) en 2002.
- Shapeshifters: site de réseautage mondial pour personnes créatrices qui a tendu la main aux créateurs d'Afrique pour leur permettre d'appartenir à un réseau.
- BHF Magazine: A Contemporary African Lifestyle: Revue nigériane de haute couture lancée cet été.
- Liste par pays établie par le Conseil britannique des auteurs contemporains africains.

Fenêtre sur le monde

- **Les 4 milliards suivants: Taille du marché et stratégie d'affaires au bas de la pyramide**
  Éditeur : World Resources Institute
  Site Internet: www.nextbillion.net
- **Vous m'entendez maintenant: Comment les micro-prêts et le téléphone portable relient les pauvres du monde à l'économie mondiale**
  de Nicholas P. Sullivan, éditeur ; Jossey-Bass **Site Internet:** www.youcanhearmenow.com
- **The Emerging Markets Century**
  d'Antoine Van Agtmael. Éditeur, Free Press
  --Agtmael, l'inventeur de l'expression « marchés émergents » prédit que le tiers monde « dépassera le monde développé en 2030-2035 ». Il fait remarquer que 60 des 500 premières compagnies mondiales du magazine Fortune sont maintenant basées dans les marchés émergents. Il révèle aussi le dynamisme des échanges Sud-Sud.
- **Pourquoi coopérer? L'incitation de produire des biens publics au monde**
  de Scott Barrett, éditeur: Oxford University Press
  Site Internet: www.amazon.com
- **XS vert : grandes idées, petits bâtiments**
  de Phyllis Richardson, Éditeur; Thames and Hudson
  --Célèbre les micro-conceptions, respectueuses de l'environnement
  Site Internet: www.amazon.com
- **Promotion des petites et moyennes entreprises pour un développement durable**
  Par le World Concil for Sustainable Development
  --Conseille les gouvernements, les grandes entreprises et les communautés locales sur la manière de soutenir les petites et moyennes entreprises.
  Site Internet: www.wbcsd.ch

Emplois

- Africa Recruit Job Compendium
- Africa Union
- CARE
- Christian Children&'s Fund
- ECOWAS
- International Crisis Group
- International Medical Corps
- International Rescue Committee
- Internews
- IREX
- Organization for International Migration
- Oxfam
- Relief Web Job Compendium (UN OCHA) (1)
- Relief Web Job Compendium (UN OCHA) (2)
- Save the Children
- The Development Executive Group job compendium
- Trust Africa
- UN Jobs
- UNDP
- UNESCO
- UNICEF
- World Bank
- World Wildlife Fund (Cameroon)

let **Please feel free to send your comments, feedback and / or suggestions to Cosmas Gitta [cosmas.gitta@undp.org] Chief, Division for Policy, Special Unit for South-South Cooperation**

